



Füzyon Mutfağına Yönelik Restoran Deneyimi Şikâyetlerinin İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi: Tripadvisor-İstanbul Örneği (Examination of Restaurant Experience Complaints Regarding Fusion Cuisine through Content Analysis: The Case of Tripadvisor-Istanbul)

* Ezgi ASLAN ÖZKALE ^a 

^a Science Expert, Kocaeli/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 12.04.2021

Kabul Tarihi: 10.06.2021

Anahtar Kelimeler

Füzyon mutfak

Restoran deneyimi

Şikâyet

Tripadvisor

Öz

Günümüzde insanlar restoranları sadece açlık durumunu gidermek amacıyla değil aynı zamanda füzyon mutfak gibi farklı kültürlerle ait yiyecek ve içecekleri deneyimlemek amacıyla da kullanmaktadır. Araştırmanın amacı İstanbul'da faaliyet gösteren füzyon mutfağına sahip restoranlara ilişkin Tripadvisor'da yapılan müşteri şikâyetlerinin incelenmesi, şikâyetlere konu olan temaların belirlenmesi ve restoranlar için çözüm önerilerinin geliştirilmesidir. Araştırmanın alt amacı ise, yapılan şikâyetlerin cinsiyet ve ülke değişkenlerine göre dağılımının incelenmesidir. Araştırmada toplamda tespit edilen 1.140 adet şikâyet nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırma sonucuna göre şikâyetlerin ana ve alt temalara göre dağılıma bakıldığında; fiyatla (pahalı olması) ilgili şikâyetlerin ilk sırada yer aldığı, ikinci sırada personel (kaba olması) ile ilgili şikâyetlerin yer aldığı ve üçüncü sırada ise yiyecek ve içecekler (porsiyon miktarı) ile ilgili şikâyetlerin yer aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca bu araştırmada fiyat ile ilgili şikâyetlere ek ücret ve ödeme sürecinde etik olmayan davranışlar, hizmet alanı ile ilgili şikâyetlere gürültü, menü ile ilgili şikâyetlere menüde etik dışı davranışlar ve personel ile ilgili şikâyetlere personelin etik dışı davranışları alt temaları eklenmiştir. Sonuçlar doğrultusunda, restoran yöneticilerine şikâyetlerin azaltılmasına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Keywords

Fusion cuisine

Restaurant experience

Complain

Tripadvisor

Abstract

Today, people utilize restaurants not only to assuage their hunger, but also to experience food and beverages from different cultures such as fusion cuisine. The aim of the research is to examine the customer complaints made on Tripadvisor regarding the fusion cuisine restaurants operating in Istanbul, to identify the themes that are the subject of the complaints and to develop solutions for the restaurants. The sub-purpose of the study is to examine the distribution of complaints made according to gender and country variables. A total of 1.140 complaints were analyzed using the content analysis technique, one of the qualitative research methods in the research. According to the results of the research; considering distribution of the complaints by main and sub-themes; it has been determined that complaints about price (being expensive) are in the first place, complaints about personnel (being rude) are in the second place, and complaints about food and drinks (the amount of the portion) are in the third place. Also, in this research, "surcharge" and "unethical behavior during to payment process", complaints about the price, "noise" complaints about the service area, "unethical behavior on the menu" complaints about the menu, and "unethical behavior of personnel" complaints about personnel sub-themes have been added. In the direction of the results, suggestions were made to the restaurant managers to decrease complaints.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: e.ezgi.aslan@gmail.com (E Aslan Özkale)

DOI:10.21325/jotags.2021.838

GİRİŞ

Günümüzde teknolojik gelişmelerin, sanayileşmenin ve kentleşmenin çeşitli sosyal değişimlere neden olduğu görülmektedir. Bu değişimlere paralel olarak geleneksel mutfak kültürümüzde ve beslenme alışkanlıklarımızda da yaşanan değişiklikler aynı zamanda lezzet ve sunum tekniklerine de yansımış ve gastronomide yeni mutfak uygulamalarının yükselmesine neden olmuştur (Sarioğlan, 2014, s.64). Bu uygulamalardan biri olan füzyon mutfak, farklı mutfak kültürlerine ait malzemelerin ve pişirme yöntemlerinin birleşmesi sonucunda ortaya çıkarak geçmişten günümüze kadar gelmiştir. Füzyon mutfak özellikle tekdüzeliğin dışına çıkmak isteyen, farklı, yeni ve özgün lezzet arayışı içerisinde olan bireyler için önem taşıyan gastronomik bir akımdır (Kılıçhan, 2016, s.72).

Yiyecek içecek işletmeleri menülerinde farklı kültürlere ait malzemeleri birleştirip, çeşitli sunumlar ile zenginleştirerek sundukları füzyon mutfak uygulamaları sayesinde pazarlama konusunda avantaj elde etmekte ve müşteri memnuniyetini arttırmaktadır (Doğdubay, Girgin & Giritoglu, 2007, s.40). Müşterilerin almış olduğu hizmetten memnun kalmama ve beklentilerinin karşılanmama durumunda müşteri şikâyeti ortaya çıkmaktadır (Özaslan & Uygur, 2014, s.71). Gelişen iletişim araçları, müşterilere aldıkları ürün ve hizmetler hakkında geniş kapsamlı yorum yapma çok daha kolay ve hızlı bir şekilde şikâyetlerini dile getirme fırsatı sunmaktadır (Kızıldemir, İbiş & Çöp, 2019, s.1322). Restoran işletmelerinde tüketicilerin umduklarını bulamaması, beklentilerinin karşılanmaması gibi çeşitli konularda şikâyetlerini (İbiş, Kızıldemir & Çöp, 2019, s.505) daha çok alışveriş ve restoranlarla ilgili konularda yorumların paylaşıldığı bir kanal olan Tripadvisor'da dile getirmektedir (Aydın, 2016, s.17). Yapılan yorumlar hem bir yerin tercih edilmesinde etkili olurken işletme ile ilgili aksaklıkları ve eksikleri tamamlama fırsatı da sunmaktadır (Güzel, 2017, s.535). Bu bakımdan restoran müşterilerinin işletmelerle ilgili düşüncelerinin olumlu olabilmesi ve memnuniyetin sağlanabilmesi için müşteri istek, ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması gerekmektedir (Albayrak, 2013, s.29). Sanes (1993, s.79) müşteri şikâyetlerinin işletmelerde müşteri memnuniyetini sağlamak için en anlamlı ve kullanışlı bilgi kaynağı olduğunu belirtmektedir.

Bu araştırmanın amacı, İstanbul'da füzyon mutfağına sahip restoranlara ilişkin Tripadvisor'da yapılan müşteri şikâyetlerinin incelenmesi ve şikâyetlere konu olan temaların belirlenmesidir. Araştırmanın alt amacı ise yapılan şikâyetlerin cinsiyet ve ülke değişkenlerine göre dağılımının incelenmesidir. Araştırma sonunda elde edilen verilerle şikâyetlerin çözümüne yönelik olarak restoran işletmelerine yardımcı olabilecek çözüm önerileri sunulmuştur.

Füzyon Mutfak

Füzyon kelimesi köken olarak Latince fusus ve fundere kelimelerinden türeyerek “dökmek, eritmek” (Stano, 2014, s.910), “birleşme ve birleştirme” (TDK, 2021) anlamına gelmektedir. Evangelista (2013) füzyon mutfağının, farklı kültürlerden iki veya daha fazla pişirme stiline birleşimi olduğunu belirtmektedir. Benzer bir şekilde Sandıkcı & Çelik (2007, s.41-42) de füzyon mutfağını, farklı ulusların yemek pişirme yöntemleri ve malzemelerinin bilinçli bir şekilde tek tabakta karıştırılması, birleştirilmesi temeline dayanan, özgün, yaratıcı ve yenilikçi bir akım olarak tanımlamaktadır. Bunun sonucunda ortaya çıkan nihai ürünün benzersiz ve özel bir lezzet haline geldiğini söylemek mümkündür. İnsanlar yüzyıllardır mutfak mirasını değiş-tokuş ettikleri için füzyon mutfağının köklerinin muhtemelen çok eski olduğu, Fransız aşçıların, geleneksel Fransız yemeklerini Asya mutfağıyla birleştiren yiyecekler sunmaya başlaması ile 1970'li yıllarda popüler hale geldiği söylenmektedir (Evangelista, 2013).

Füzyon restoranda bir mutfak kültürüne dayalı yiyecekler, başka bir kültüre özgü malzemeler, tatlar ve teknikler kullanılarak hazırlanmaktadır (Stano, 2014, s.904). Örneğin, Tex-Mex (Teksas-Meksika) mutfağı Güneybatı Amerika Birleşik Devletleri mutfağını Meksika mutfağı ile birleştirirken, Pasifik kıyısı mutfağı, çeşitli ada ülkelerinden gelen farklı geleneklerin karışımına dayanmaktadır (Stano, 2014, s.905; Spence, 2018, s.103). Türk mutfağında ise önemli bir yere sahip olan patlıcan beğendi ile Fransız mutfağına ait peynirli suflenin birleşmesi sonucu ortaya çıkan “patlıcan beğendili sufle” Türk mutfağının Fransız mutfağı ile sentezlenmesi sonucu doğmuş olan bir füzyon mutfak uygulaması örneğidir (Doğdubay, vd., 2007, s.39). Füzyon içecek uygulamasına bir örnek ise, çay ve kahve karışımından oluşan “Yuenyeung” ismini alan Hong Kong içeceğidir. Bu içecek “Çayı seven birçok insan aynı zamanda kahveyi de sever, öyleyse neden karıştırmayalım?” fikri sonucunda ortaya çıkmıştır (Spence, 2018, s.104). Füzyon mutfağının amacının mutfakları yozlaştırmak değil, iki farklı mutfağa ait özellikleri tek bir tabakta yeni bir yapıda birleştirmek olduğunu bilmek önemlidir (Can, Sünnetçioğlu & Durlu-Özkaya 2012, s.879). Günümüzde yediğimiz yiyeceklerin çoğunun aslında bileşenlerin, tatların, tariflerin, tarzların veya yemek felsefelerinin bir bileşimini temsil ettiği anlaşılmaktadır (Spence, 2018, s.106).

Evangelista (2013), üç tür füzyon pişirme yöntemi olduğunu belirtmektedir. Bunlar; alt bölgesel füzyon, bölgesel füzyon ve kıtasal füzyondur. *Alt bölgesel füzyon*; yeni bir yemek oluşturmak için bir ülkedeki iller, kasabalar gibi alt bölge mutfağının birleşimidir. *Bölgesel füzyon*; bir bölge ya da kıtadaki farklı ülkelerden mutfakların bileşimidir. *Kıtasal füzyon*; farklı kıtalarda yeralan ülke mutfakları arasında oluşan füzyondur. Asya ülkeleri ve Batı ülkeleri füzyonu olarak da bilinen kıtasal füzyon en yaygın türdür. Sarıoğlu (2014, s.64), füzyon mutfağının üç farklı şekilde sınıflandırılabileceğini belirtmektedir. Birincisi; farklı kültürlerle ait yakın bölgelerdeki yiyeceklerin bileşimi olarak uygulanırken, ikincisi; yemek kültürünün belirleyici olduğu eklektik olarak adlandırılan diğer mutfakların teknik ve malzemelerinden yararlanıldığı uygulamaları kapsamakta ve üçüncüsü ise; herhangi bir mutfağın baskın olmadığı tüm dünya mutfaklarının kullanıldığı uygulamaları içermektedir.

Füzyon mutfağın dünyada hızla büyüyen mutfak trendlerinden birisi olduğunu söylemek mümkündür. Ayrıca mutfak şeflerinin rakiplerinden farklı gerçekten kendilerine ait olduğunu söyleyebilecekleri bir yemek yaratmalarına, kimliklerini belirli bir mutfak biçimine özgü kılmalarına ve müşterilerine farklı yollarla yeni yiyecek konseptleri sunmalarına izin vermektedir (www.nisbets.co.uk, 2021).

Restoran Deneyimlerinde Şikâyet

Yiyecek-içecek pazarları ve tüketiciler arasında füzyon yiyeceklere olan ilgi artışı mutfaktaki yeniliğe olan ilginin ve yiyecek deneyimlemelerine olan ilginin artmasıyla yakından ilişkilidir (Spence, 2018, s.106-102). Küreselleşmenin artan etkisi göz önüne alındığında, turistler daha hareketli hale gelerek daha fazla uluslararası yemek tüketmektedir (Hall & Mitchell, 2002, s.196). Destinasyon seçiminde mutfak kültürü önemli bir yere sahiptir. Turistler gittikleri yerlerde damak zevklerine uygun yeni tatlar ve yeni konseptler aramaktadır (Can, vd., 2012, s. 877). Bu anlamda füzyon mutfak uygulamaları gerek gastronomi turizmine katılan turistler için gerekse bulunduğu ortamda çeşitlilik ve yenilik arayışı içerisinde olan bireyler için özel bir deneyim sunmaktadır (Kılıçhan, 2016, s.73). Günümüzde yiyecek ve içecek işletmeleri, yemek servisi yapan işletmelerden daha çok deneyim sunan işletmelere doğru evrilmiştir (Perçin & Yiğit, 2020, s.2994). Füzyon mutfak anlayışıyla restoran işletmeleri özellikle misafirlerin memnuniyetinin ve sadakatının sağlanmasını hedeflemektedir (Sandıkçı & Çelik, 2007, s.41).

Yiyecek içecek işletmelerinden hizmet satın almak için zaman ve bütçe ayıran müşteriler olumsuz bir durumla karşılaşmadan deneyim yaşamak istemektedir (Özaslan & Uygur, 2014, s.70). Müşteriler restoran deneyimlerinde hem damak tatlarına uygun temiz, güvenilir ve kaliteli yiyecek ve içeceklere ulaşabilmeyi hem de restoran işletmelerinin temiz, düzenli ve aydınlık olmasını beklemektedir (Albayrak, 2013, s.27). Aldığı hizmetten memnun kalmayan müşteriler genellikle ailelerine ve arkadaşlarına şikâyetle bulunmakta, işletmeyle ilişkilerini kesmektedir (Heung & Lam, 2003, s.285). Sözelimi Kitapçı (2008) restoran müşterilerinin şikâyet davranışları üzerine gerçekleştirdiği çalışmada, en sık görülen şikâyet davranışının olumsuz deneyimlerin dostlara ve aile bireyelerine anlatıldığını ortaya koymuştur.

Müşteri şikâyetleri ile ilgili bilgi kaynakları geçmişte, sosyal çevreden ve geleneksel medya araçlarından edinilen bilgiler ile sınırlıyken bugün çevrimiçi ortamlarda bireylere sınırsız bilgi sunulmaktadır (Özaslan & Uygur, 2014, s.70). Teknolojinin gelişmesi ile birlikte bireyler deneyimlerini internet üzerinden daha hızlı ve kolay bir şekilde paylaşarak olumlu veya olumsuz değerlendirmelerde bulunmaktadır (Güzel, 2017, s.535). Müşteriler servisin ya da yemeğin dışında çevre düzeni, atmosfer, personel davranışı, müzik ve menü çeşitliliği konuları da dikkate alarak yiyecek içecek işletmelerini değerlendirmektedir (Perçin & Yiğit, 2020, s.2994). Müşterilerin memnuniyetlerini ve şikâyetlerini aktarabildikleri bu durum özellikle sosyal ağlar ve web siteleri sayesinde elektronik ortamda yapılabilen yorumlar ile gerçekleşmektedir (İbiş, vd., 2019, s.506). Bu bakımdan çevrimiçi sosyal ağlar müşteri deneyimlerinin ifade edilmesine imkân sağlayan ve başkalarının deneyimlerinin incelemesine de yardımcı olan yararlı bir araçtır (Tiago, Amaral & Tiago, 2015, s.163). Gelişen bu iletişim araçları aynı zamanda potansiyel müşterilerin tercihlerini de etkilemektedir. Bir işletme ile ilgili yapılan olumlu yorumlar potansiyel müşteriler için tercih etme nedeni olabilirken, olumsuz yorumlar ise işletmeyi tercih etmemeye neden olmaktadır (Kızıldemir, vd., 2019, s.1322). Şahin, vd., (2018, s.72) de çalışmalarında, bir ürün veya hizmeti ilk defa satın alacak bireylerin satınalma eylemlerini satın almayı planladıkları ürün veya hizmeti daha önce deneyimlemiş ve bu deneyimleri sosyal platformlarda paylaşmış bireylerin yorumlarına dikkat ederek gerçekleştirdiklerini belirtmektedirler. 2000 yılında kurulan bir sosyal ağ sitesi olan Tripadvisor, turizm endüstrisinde sosyal etkileşimi sağlayarak kullanıcıları deneyimlerini paylaşmaya teşvik etmektedir (Tiago, vd., 2015, s.163). Tripadvisor (2021), geniş seyahat planlamaları özellikleri ile 8,6 milyon konaklama yeri, restoran, havayolu şirketi ve gemi seyahatlerini kapsayan ve aylık 463 milyon kullanıcının 859 milyon yorum ve gözlemlerin yer aldığı 49 pazarda ve 28 dilde faaliyet gösteren dünyanın en büyük seyahat sitesidir. Turizmin bir hizmet sektörü olması ve sunulan ürünlerin soyut olmasından dolayı, tüketiciler satın almayı kolaylaştırmak ve muhtemel riskleri azaltmak için Tripadvisor'da ilgili konuda paylaşımları okumakta ve tercihlerini yaparken bu bilgileri de kullanmaktadır (Aydın, 2016, s.14).

Restoran işletmelerine yönelik müşteri şikâyetleri ile ilgili olarak literatürde yapılan çalışmalar Tablo 1'de detaylı bir şekilde görülmekte olup müşterilerin genel olarak yiyecek-içecek, fiyat, otopark, menü, personel sorunları, atmosfer, temizlik, dekor, servis gibi konularda şikâyetlerinin bulunduğu görülmüştür.

Tablo 1. Literatürde Restoran İşletmelerine İlişkin Yapılan Şikâyetler

| Araştırmacılar | Araştırma Sonuçları |
|-----------------------------------|--|
| Su & Bowen (2001) | Yıllık hanehalkı geliri 50.000 \$ ve üzerinde olan müşterilerin gitmiş olduğu restoranlarda yapılan araştırma bulgularına göre yavaş ve yetersiz servis, yemeğin pişirilme durumu ve servis personelinin kaba olması en çok yaşanan sorunlardır. |
| Kitapçı (2008) | Sivas ilinde faaliyet gösteren restoranlar üzerinde yapmış olduğu çalışmada müşterilerin öncelikli olarak hizmet kalitesine ilişkin sorunlardan şikâyetçi oldukları belirlenmiştir. |
| Pantelidis (2010) | Londra’da bulunan restoranlara yönelik yapmış olduğu çalışmada müşterilerin sırasıyla yiyecek, servis, ambiyans, fiyat, menü ve dekora önem verdiklerini belirlemiştir. |
| Albayrak (2013) | Birinci sınıf restoranlara yönelik şikâyetlerde müşterilerin en fazla karşılaştığı sorunların personel tutum ve davranışları ve yiyecek-içeceklerin lezzeti ile ilgili olduğunu tespit etmiştir. |
| Özaslan & Uygur (2014) | Yiyecek ve içecek işletmelerinde yaptıkları araştırmada servisin yetersiz ve yavaş olması, fiyatın yüksek olması ve lavaboların yetersiz ve temiz olmaması konularında şikâyetler olduğunu belirtmişlerdir. |
| Lei & Law (2015) | Macau bölgesindeki restoranlarla ilgili Tripadvisor sitesindeki müşteri şikâyetlerinden fazla şikâyetin fiyatların pahalı olmasından kaynaklandığı ortaya çıkmıştır. |
| Doğan, vd. (2016) | Kuşadası’nda faaliyet gösteren yiyecek ve içecek işletmelerine yapılan şikâyetlerde müşterilerin sırasıyla yemek, personel ve fiyat unsurlarında şikâyetle buldukları belirlenmiştir. |
| Erdem & Yay (2017) | Birinci sınıf restoranlara ilişkin şikâyetlerde müşterilerinin ilk olarak personel, daha sonra yiyecek içecek, servis, fiyat, hizmet ortamı ve menüyle ilgili şikâyetleri olduğunu tespit etmişlerdir. |
| Şahin vd., (2018) | Alaçatı’da faaliyet gösteren restoranlara yönelik çalışmada en fazla şikâyetin fiyatlandırmadan kaynaklandığını belirtmişlerdir. |
| İbiş, vd., (2019) | Müşterilerin en fazla yiyecek-içecek konusunda çeşit, kalite ve hijyen ile ilgili şikâyetle bulduklarını tespit etmişlerdir. |
| Perçin & Yiğit (2020) | Kapadokya’da birinci sınıf restoran işletmelerine yönelik yapılan çalışmada; müşterilerin yiyecek-içecekler ve personel davranışları konusunda şikâyetçi oldukları ortaya çıkmıştır. |

Müşteriler satın aldıkları ürün veya hizmetten ilgili memnuniyetsizliklerini şikâyetle bulunarak, olumsuz düşüncelerini ve deneyimlerini çevrelerine anlatarak işletmeleri cezalandırdıklarını düşünmektedir (Özaslan & Uygur, 2014, s.74). Ancak müşteri şikâyetleri her ne kadar olumsuz bir ifade olarak algılansa da işletmelere kendilerini geliştirme konusunda önemli fırsatlar sunmaktadır (Heung & Lam, 2003, s.283). İşletmeler, şikâyetlerin belirlenmesi ve düzeltilmesiyle mutsuz müşterileri mutlu hale getirerek onların sadakatlerini de kazanmaktadır (Su & Bowen, 2001, s.35). Ayrıca işletmeler şikâyetlerin değerlendirilmesiyle müşterilerin istek ve beklentilerini, işletmeyi nasıl algıladıklarını öğrenmekle kalmaz, aynı zamanda müşteri yorumlarını iyileştirmeye ve markalarını korumaya yönelik önlemler de alabilmektedirler (Erdem & Yay, 2017, s.229). Bu anlamda restoran işletmeleri hizmet kalitesinin geliştirilmesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından müşterilerini dinlemeli ve şikâyetlerini dikkate almalıdır (Kitapçı, 2008, s.112). Nitekim şikâyetler karşısında duyarsız kalan ya da şikâyetlere çözüm üretemeyen işletmeler yoğun rekabet ortamında müşterilerini kaybetme riski taşımaktadırlar (Kızıldemir, vd., 2019, s.1316).

Metodoloji

Araştırmanın Amacı, Önemi ve Sınırlılıkları

Araştırmanın amacı İstanbul’da faaliyet gösteren füzyon mutfağına sahip restoranlara ilişkin Tripadvisor’da yapılan müşteri şikâyetlerinin incelenmesi ve şikâyetlere konu olan temaların belirlenmesidir. Araştırmanın alt amacı ise yapılan şikâyetlerin cinsiyet ve ülke değişkenlerine göre dağılımının incelenmesidir. Böylelikle araştırma sonunda şikâyetlerin çözümüne yönelik olarak restoran işletmeleri için çözüm önerileri sunulmuş olacak ve füzyon mutfağına sahip restoran işletmeleri için oluşabilecek olumsuz algıların önlenmesi açısından yol gösterici olacaktır. Bu araştırmada İstanbul İli, kıtalararası füzyon mutfak uygulamalarına yer veren ve en fazla füzyon mutfağına sahip restoran işletmelerinin bulunması nedeniyle seçilmiştir. Araştırmanın İstanbul’da bu alanda yapılmış ilk çalışma

olması açısından önemli olduğu ve literatüre katkıda bulunabileceği ümit edilmektedir. Bu araştırma Tripadvisor sitesine füzyon mutfakla ilgili yapılan şikâyetlerde sıralama seçenekleri dikkate alındığında en eski ve en yeni yapılan şikâyetlerin yer aldığı Şubat 2008 - Kasım 2020 tarihleri arasındaki şikâyetler ile sınırlıdır.

Araştırmanın Yöntemi

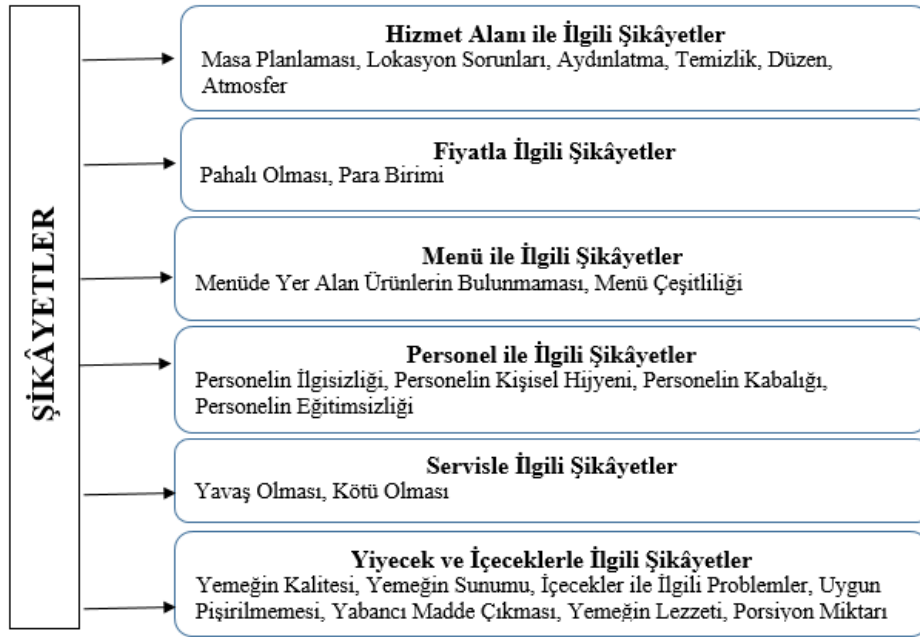
Tripadvisor web sitesinde restoranların “*mutfak*” bölümünde 150 farklı mutfak kategorisi yer almaktadır (Tripadvisor, 2021). Araştırmada bu kategorilerden “*füzyon mutfak*” kategorisinde yer alan işletmeler incelenmiştir. Araştırmanın evrenini Türkiye’de bulunan füzyon mutfağına sahip restoran işletmeleri oluştururken, araştırmanın örneklemini Tripadvisor sitesinde İstanbul’da bulunan restoranlarda, “Füzyon Mutfak” kategorisinde bulunan 55 adet restoran oluşturmaktadır. Tripadvisor web sitesi farklı dillerde yorum yazılmasına imkân sağlamaktadır. Araştırmada tüm dillerde yapılan şikâyetler dikkate alınmıştır. Web site incelemeleri sırasında olumlu ve olumsuz olmak üzere yorum sayısının 10 adet restoranda yer almadığı, 28 adet restoranda ise toplam yorum sayısının 30 adedin altında olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle araştırmada daha sağlıklı bir sonuca ulaşmak amacıyla yorum sayısının 30’un altında olduğu restoran işletmeleri araştırmaya dâhil edilmemiştir. Dolayısıyla araştırmanın örneklemini 17 adet restoran işletmesinden oluşmaktadır. Araştırmada etik kurallar gereği restoran isimleri R1 ve R17 arasında kodlanarak gizlenmiştir.

Tripadvisor sitesinde müşteriler deneyimlerini “5=mükemmel, 4=çok iyi, 3=ortalama, 2=kötü, 1=berbat” olarak beş kategoride değerlendirmektedir. Literatürde şikâyetlerle ilgili yapılan çalışmalarda (Unur, vd., 2017; İbiş, vd., 2019; Köşker, 2020) müşteri şikâyetleri ele alındığı için sadece “1 ve 2 değerlendirme” alan yorumlar dikkate alınmıştır. Bu çalışmada da şikâyetler “2=kötü, 1=berbat” şeklinde ele alınmıştır. Böylelikle toplam 1.140 adet Tripadvisor müşteri şikâyetine ulaşılmış ve veriler içerik analiz ile incelenmiştir. İçerik analizi, birbirine benzeyen verilerin belirli kavramlar ve temalar etrafında bir araya getirilmesi ve anlaşılır biçimde düzenlenip yorumlanması sürecidir. İçerik analizinde veriler derin bir işleme tabi tutulur ve bazı kavram ve temalar içerik analizi sonucu keşfedilebilir (Yıldırım & Şimşek, 2006, s.227-228). İçerik analizi sürecinde “Microsoft Office Excel 2010” programından yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında Şubat 2008 ile Kasım 2020 tarihleri arasında yapılan şikâyetler değerlendirilmiştir.

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde restoran işletmelerinde müşteri şikâyetlerini konu alan benzer çalışmalarda farklı sınıflandırmaların yapıldığı görülmektedir. Pantelidis (2010); yemek, hizmet, ambiyans, fiyat, menü ve dekoru, Lei & Law (2015); hizmet, yemek, fiyat, atmosfer, Doğan, vd., (2016); yemek, personel, fiyat, servis, atmosfer ve temizlik, Unur, vd., (2017); yiyecek ve içeceklerle ilgili şikâyetler, servisle ilgili şikâyetler, işletmenin ambiyansı ile ilgili şikâyetler ve işletmeye yönelik diğer şikâyetler, Şahin vd., (2018); ürün, fiyatlandırma, dağıtım, tutundurma faaliyetlerin, yasal boşluklar ve müşteriden kaynaklanan sorunlar, İbiş, vd., (2019); ürün fiyat, fiziki koşullar ve hizmet kalitesi, Köşker (2020); yiyecek ve içecek, hizmet kalitesi, fiyat, fiziki koşullar ve diğerleri olarak sınıflandırılmıştır.

Şekil 1’de görüldüğü üzere yapılan bu çalışmada Perçin & Yiğit (2020) tarafından kullanılan *hizmet alanı ile ilgili şikâyetler*; masa planlaması, lokasyon sorunları, aydınlatma, temizlik, düzen, atmosfer, *fiyatla ilgili şikâyetler*; pahalı olması, para birimi, *menü ile ilgili şikâyetler*; menüde yer alan ürünlerin bulunmaması, menü çeşitliliği, *personelle ilgili şikâyetler*; personelin ilgisizliği, personelin kişisel hijyeni, personelin kabalığı, personelin eğitimsizliği, servisle ilgili şikâyetler; yavaş olması, kötü olması, *yiyecek ve içeceklerle ilgili şikâyetler*; yemeğin kalitesi, yemeğin sunumu,

içecekler ile ilgili problemler, uygun pişirilmemesi, yabancı madde çıkması, yemeğin lezzeti ve porsiyon miktarı şeklinde 6 adet ana tema ve 23 adet alt temadan oluşan sınıflandırma kullanılmıştır. Ancak şikâyet incelemeleri esnasında bu temalara ek olarak önemli sayıda şikâyetlerin olduğu tespit edilmiştir. Söz konusu bu sınıflandırmaya fiyat ile ilgili şikâyetlere ek ücret ve ödeme sürecinde etik olmayan davranışlar, hizmet alanı ile ilgili şikâyetlere gürültü, menü ile ilgili şikâyetlere menüde etik dışı davranışlar ve personel ile ilgili şikâyetlere personelin etik dışı davranışları alt temaları eklenmiştir. Böylelikle füzyon mutfağını tercih eden müşterilerin Tripadvisor'daki şikâyetleri 6 adet ana tema ve 28 adet alt tema kapsamında değerlendirmeye alınmıştır.



Şekil 1. Müşteri Şikâyet Ana ve Alt Temaları

Bulgular

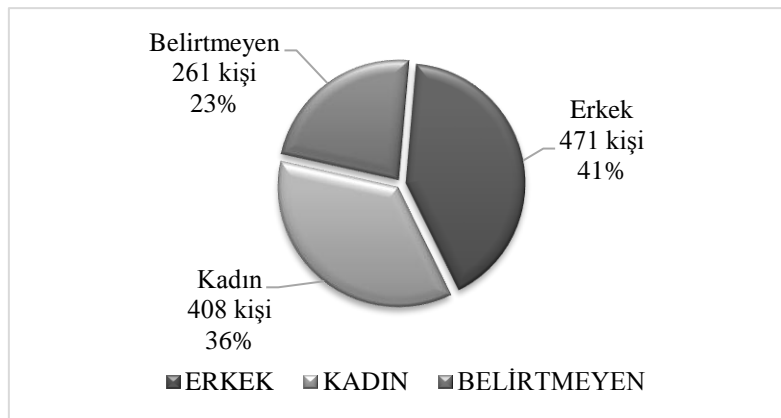
Restoran İşletmelerinin Tanımlayıcı Özelliklerine İlişkin Bulgular

Tripadvisor web sitesinde restoranların kuruluş türü, özellikleri, derecelendirme puanları, lokasyon bilgileri ve bulunduğu bölgedeki sıralamaları ile ilgili bilgiler yer almaktadır. 17 adet restoranın araştırmada ele alındığı bu çalışmada Tablo 2'ye göre; 7 adet restoranın Fatih/Sultanahmet ilçesinde olduğu, 5 adet restoran işletmesinin Beyoğlu ilçesinde olduğu, 2 adet restoran işletmesinin Beşiktaş ilçesinde olduğu, 2 adet restoran işletmesinin Kadıköy İlçesinde olduğu ve 1 adet restoran işletmesinin Ataşehir ilçesinde olduğu belirlenmiştir. Restoranların Tripadvisor puanlarının 3.5 ve üzeri puan olduğu ve genel değerlendirme ortalamalarının 4.3 puan olduğu görülmektedir. Müşteriler tarafından mükemmel, çok iyi ve ortalama değerlendirmeler ile 12.665 adet olumlu yorum yapıldığı, berbat ve kötü değerlendirmeler ile 1.140 adet şikâyetin yapıldığı tespit edilmiştir. Çalışmanın geri kalan kısmında bu şikâyetler değerlendirilmektedir.

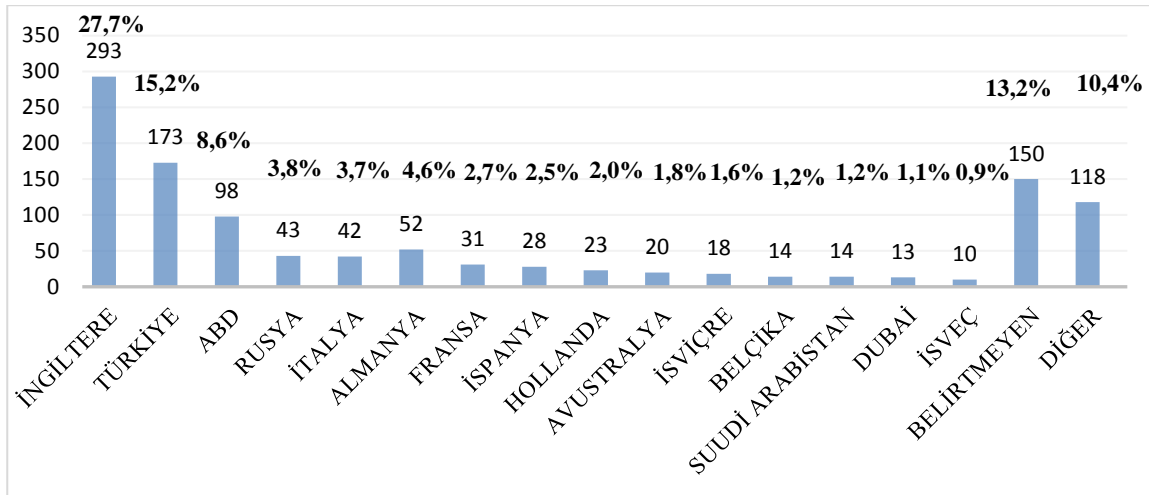
Tablo 2. Restoran İşletmelerinin Tanımlayıcı Özelliklerine İlişkin Bulgular

| Restoran | Lokasyon | Tripadvisor Puanı | Yorum Sayısı | Olumsuz Yorum Sayısı | Olumlu Yorum Sayısı |
|----------|----------|-------------------|--------------|----------------------|---------------------|
| R1 | Fatih | 5 | 1.108 | 6 | 1.102 |
| R2 | Fatih | 4 | 579 | 66 | 513 |
| R3 | Ataşehir | 4 | 69 | 8 | 61 |
| R4 | Kadıköy | 4.5 | 34 | 2 | 32 |
| R5 | Fatih | 5 | 322 | 1 | 321 |
| R6 | Fatih | 5 | 2.155 | 55 | 2.100 |
| R7 | Fatih | 5 | 2.040 | 66 | 1.974 |
| R8 | Fatih | 4.5 | 628 | 39 | 589 |
| R9 | Fatih | 4.5 | 483 | 21 | 462 |
| R10 | Beyoğlu | 4 | 3.258 | 495 | 2.763 |
| R11 | Beşiktaş | 4.5 | 828 | 66 | 762 |
| R12 | Beşiktaş | 4 | 422 | 40 | 382 |
| R13 | Beyoğlu | 4 | 411 | 57 | 354 |
| R14 | Beyoğlu | 4 | 1.283 | 199 | 1.084 |
| R15 | Kadıköy | 4.5 | 66 | 2 | 64 |
| R16 | Beyoğlu | 4.5 | 66 | 4 | 62 |
| R17 | Beyoğlu | 3.5 | 53 | 13 | 40 |
| Toplam | | 4.3 | 13.805 | 1.140 | 12.665 |

Tripadvisor web sitesinde restoranlar ile ilgili yorum yazan müşterilerin cinsiyeti, ülke bilgisi, yorumu yazdığı tarih ve işletme değerlendirmesi görülebilmektedir. Tripadvisor’da müşteriler web sitesine üye olurken kişisel bilgilerini isteğe bağlı olarak vermektedir. Araştırmada 1.140 adet şikâyet paylaşan müşterilerin Şekil 2’de görüldüğü üzere cinsiyete göre frekans ve yüzdelik dağılıma bakıldığında; müşterilerin %41 oranla 471’inin erkek olduğu, %36’lık oranla 408’inin kadın olduğu ve %23’lük oranla 261 müşterinin ise cinsiyet durumunu belirtmediği tespit edilmiştir.

**Şekil 2.** Şikâyetlerin Cinsiyete Göre Dağılımı

Tripadvisor’da şikâyet paylaşan müşterilerin ülke bilgileri Tablo 2’de görülmektedir. Müşterilerin ülke dağılımına bakıldığında; İngiltere 293 adet (%27,7), Türkiye 173 adet (%15,2), ABD 98 adet (%8,6), Rusya 43 adet (%3,8), İtalya 42 adet (%3,7), Almanya 52 adet, (%4,6), Fransa 31 adet (%2,7), İspanya 28 adet (%2,5), Hollanda 23 adet (%2,0), Avustralya 20 adet (%1,8), İsviçre 18 adet (%1,6), Belçika 14 adet (%1,2), Suudi Arabistan 14 adet (%1,2), Dubai 13 adet (%1,1), İsveç 10 adet (%0,9), ülke bilgisi belirtmeyen 150 adet (%13,2) müşterinin olduğu ve diğer kategorisinde 118 adet (%10,4) müşterinin olduğu belirlenmiştir. Şikâyetlerin ülke bazında yorum dağılımı dikkate alındığında en fazla şikâyetin İngiliz müşterilerine ait olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2. Şikâyetlerin Ükelere Göre Dağılımı

Restoran İşletmelerine Yönelik Şikâyetlere İlişkin Bulgular

Tablo 3’de görüldüğü üzere Tripadvisor’da müşteri şikâyetlerinin ana temalara göre dağılımı şu şekildedir; hizmet alanı ile ilgili şikâyetler n:85 (%7,5), fiyatla ilgili şikâyetler n:289 (%25,4), menü ile ilgili şikâyetler n:107 (%9,4) personel ile ilgili şikâyetler n:287 (%25,2), servis ile ilgili şikâyetler n:125 (%11) ve yiyecek ve içeceklerle ilgili şikâyetler n:247 (%21,7)’dir. Bu araştırmada müşterilerin birbirine yakın oranla en çok fiyat, personel ve yiyecek-içecek ile ilgili temalarda şikâyetçi olduğu tespit edilmiştir. Fiyat ana temasında pahalı olma (n:190, %16,7) alt temasının öne çıktığı, personel ana temasında personelin kaba olması (n:122, %10,7) alt temasının öne çıktığı ve yiyecek-içecek ana temasında porsiyon miktarı (n:74, %6,5) alt temasının öne çıktığı tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada yapılan şikâyetlerde Perçin ve Yiğit (2020)’in temalarından farklı olarak “gürültü alt teması”, “ek ücret alt teması”, “ödeme sürecinde etik olmayan davranışlar alt teması”, “menüde etik dışı davranışlar alt teması” ve “personelin etik dışı davranışları alt teması” füzyon mutfaklarda diğer alt temalar olarak ortaya konmaktadır.

Tablo 3. Ana ve Alt Temalara Göre Müşteri Şikâyetlerinin Dağılımı

| Ana ve Alt Temalar | Sayı (n) | Oran (%) | Sayı (n) | Oran (%) |
|---|----------|----------|----------|----------|
| Hizmet Alanı ile İlgili Şikâyetler | | | | |
| Masa Planlaması | 30 | 2,6% | 85 | 7,5% |
| Lokasyon Sorunları | 9 | 0,8% | | |
| Aydınlatma | 4 | 0,4% | | |
| Temizlik | 17 | 1,5% | | |
| Düzen | 8 | 0,7% | | |
| Atmosfer | 3 | 0,3% | | |
| *Gürültü | 14 | 1,2% | | |
| Fiyat ile İlgili Şikâyetler | | | | |
| Para Birimi | 2 | 0,2% | 289 | 25,4% |
| Pahalı Olması | 190 | 16,7% | | |
| Ek Ücret | 55 | 4,8% | | |
| Ödeme Sürecinde Etik Olmayan Davranışlar | 42 | 3,7% | | |
| Menü ile İlgili Şikâyetler | | | | |
| Ürünlerin Bulunmaması | 11 | 1,0% | 107 | 9,4% |
| Menü Çeşitliliği | 73 | 6,4% | | |
| Menüde Etik Dışı Davranışlar | 23 | 2,0% | | |
| Personel ile İlgili Şikâyetler | | | | |
| Personelin İlgisizliği | 58 | 5,1% | 287 | 25,2% |
| Personelin Kişisel Hijyeni | 5 | 0,4% | | |
| Personelin Kabalığı | 122 | 10,7% | | |
| Personelin Eğitimsizliği | 35 | 3,1% | | |
| Personelin Etik Dışı Davranışları | 67 | 5,9% | | |

Tablo 3. Ana ve Alt Temalara Göre Müşteri Şikâyetlerinin Dağılımı (Devamı)

| Servis ile İlgili Şikâyetler | | | | |
|---|-------------|------------|------------|--------------|
| Yavaş Olması | 64 | 5,6% | 125 | 11,0% |
| Kötü Olması | 61 | 5,4% | | |
| Yiyecek ve İçecekler ile İlgili Şikâyetler | | | | |
| Yemeğin Kalitesi | 31 | 2,7% | 247 | 21,7% |
| Yemeğin Sunumu | 49 | 4,3% | | |
| İçecekler ile İlgili Problemler | 13 | 1,1% | | |
| Uygun Pişirilmemesi | 33 | 2,9% | | |
| Yabancı Madde Çıkması | 4 | 0,4% | | |
| Yemeğin Lezzeti | 43 | 3,8% | | |
| Porsiyon Miktarı | 74 | 6,5% | | |
| TOPLAM | 1140 | 100 | | |

*Gürültü: Yüksek sesli müzik

Hizmet Alanı Teması İle İlgili Şikâyetler

Tablo 4’de hizmet alanı ile ilgili şikâyetler gösterilmektedir. En çok şikâyetin masa planlaması alt temasında olduğu görülmektedir. (n:30, %2,6). Bu temaları temizlik (n:17, %1,5) ve gürültü (n:14, %1,2) alt temaları izlemektedir.

Tripadvisor’dan elde edilen verilerde Perçin & Yiğit (2020) tarafından kullanılan temalardan farklı olarak Tablo 4’de görüldüğü üzere “gürültü” teması da eklenmiştir. Çalışmadan elde edilen diğer bir farklı sonuç da COVID-19 pandemisi nedeni ile düzen alt teması içerisinde sosyal mesafe ile ilgili olarak yapılan şikâyetlerin yer almasıdır.

Tablo 4. Hizmet Alanı Teması İle İlgili Şikâyetler

| Hizmet Alanı ile İlgili Alt Temalar | n | % | İfadeler |
|--|----------|----------|---|
| Masa planlaması | 30 | %2,6 | “Saat 19: 50’de Tripadvisor aracılığıyla 20.30 için bir akşam yemeği rezervasyonu yaptım.Rezervasyon kabul edildi. Restorana geliyorum ve yer yok diyorlar”. “Evlilik yıldönümü için 4 gün öncesinden rezervasyon oluşturmama rağmen, bizi ayakaltında bulunan bir masaya aldılar ve 30-45 dk içinde uygun bir masaya alacaklarını söylediler.1 saat 15 dk sonra mekândan aç ve evlilik yıldönümü rezil olmuş bir şekilde ayrıldık, Gereken yerlere şikâyetlerimi yapacağım!” |
| Lokasyon sorunları | 9 | %0,8 | “Ailem ve ben Google maps adımlarını takip ettik rezervasyon yaptığımız restorana gitmeye çalışmamıza rağmen kendimizi bu restoranda bulduk, bu sahtekarlık hiç hoş değil”. “Lütfen adresi ve haritadaki yeri değiştirin, ikisi de yanlış”. |
| Aydınlatma | 4 | %0,4 | “Geçenlerde bu restoranı ziyaret ettik, terasa çıkarken merdivenlerde aydınlatma yoktu”. |
| Temizlik | 17 | %1,5 | “Tuvalet günlerdir temizlenmemiş, tuvalet kâğıdı yok, musluktan ince bir damla su akıyor ellerinizi yıkamıyorsunuz”. “Demir korkuluklar paslanmış, camlar çok kirliydi. Bir daha kesinlikle gitmem”. “Masa örtüleri ve pencereler kirliydi”. |
| Düzen | 8 | %0,7 | “Masalar sallanıyor ve birbirine yakın olarak konulmuştu”. “Mekânın fiziksel durumu çok kötü ve eskiydi. Masalar sağlam değildi”. COVID-19 Pandemisi “Restoran sanırım COVID-19 Partisine hazırlanıyor! Sıfır sosyal mesafe ve çalışanlarda maske yok hızla ayrıldım”. “Korona virüs yokmuş gibi ateşimizi kontrol etmediler, personel maskesizdi, masalar arası mesafe yoktu tamamen dohuydu, yakın mesafelerde servis yaptılar korona virüsü önemsemiyorsanız doğru yerdesiniz”. “Pandemi kuralları hiçe sayılmış, tuvaletler ağızına kadar insan dolu, hiç bir önlem alınmamış”. |
| Atmosfer | 3 | %0,3 | “Donuk atmosfer”, “soğuk ruhsuz ve fazla kasıntı bir yer”. |
| Gürültü | 14 | %1,2 | “Ses seviyesi çok yüksek insan sağır oluyor”. “Restoran kalabalık ve gürültülüydü, müzik çok yüksekti, konuşmamızı duymamız imkânsızdı”. |

Fiyat Teması ile İlgili Şikâyetler

Tablo 5’de fiyat ile ilgili şikâyetler gösterilmektedir. Müşterilerin fiyatla ilgili şikâyetleri incelendiğinde; fiyatların pahalı olması (n:190, %16,7), para birimi (n:2, %0,2), ek ücret (n:55, %4,8) ve ödeme sürecinde etik olmayan davranışlar (n:42, %3,7) temalarında şikâyetçi oldukları belirlenmiştir. Bu kategoride müşterilerin en çok fiyatların pahalı olmasından dolayı şikâyetçi oldukları ortaya çıkmıştır. Elde edilen bulgularda Perçin ve Yiğit (2020) tarafından kullanılan temalardan farklı olarak Tablo 5’de görüldüğü üzere “ek ücret” ve “ödemeye sürecinde etik olmayan davranışlar” teması da eklenmiştir.

Tablo 5. Fiyat Teması ile İlgili Şikâyetler

| Fiyat ile İlgili Alt Temalar | n | % | İfadeler |
|--|-----|-------|--|
| Pahalı olması | 190 | %16,7 | “Füzyon mutfağında spesiyalleri var, fiyatlar İstanbul standartlarına göre çok yüksek”. “Aşırı pahalı. Dolandırılmış hissettim ve bir daha asla tekrar gitmem”. “350 TL ye içtiğim 70 lik jack Daniels 750 TL yazmanız beni benden aldı... Adamın tipine göre fiyat belirliyorsunuz. Oturup pazarlık mı yapalım? Bize bile bunu yapıyorsanız kimbilir turistleri nasıl kandırıyorsunuz. Şimdi her dilde uyarı metni yazıcam herkes dikkatli olsun diye”. |
| Para birimi | 2 | %0,2 | “Fiyatlar euro, euro ödemek zorunda mıyım? Soyguncular”. |
| Ek ücret | 55 | %4,8 | “İnsanı bu kadar sömüren para canlısı bir yer daha görmedim! Kuver ve servis bedeli uygulamaları rezalet! 6 kişilik bir grup gittik ve hem kuver hem servis bedelini aynı anda uyguladılar! Toplamda 100 lira kuver, 150 lira da servis bedeli alarak 250 lira hava parası aldılar”. “40-45 TL otopark hizmetimi olur. Soyguncular, misafir mekânınıza gelmiş siz bu hizmeti vermeye mecbursunuz. Misafir isterse çıkışta bahşiş verir isterse vermez”. “%10 hizmet bedeli almışsın 1 parça eklemek ve bir şişe su için kuver almışsın, 5 çaya 25 TL yazılır mı”. “Vestiyer montumu geri almak için 20 TL ödemem gerektiğini söyledi. Dünyada, montunuzu almak için sizi para ödemeye zorlayan bir restoran bulabilir misiniz?” |
| Ödeme sürecinde etik olmayan davranışlar | 42 | %3,7 | “Bizi kandırdılar. Kredi kartı ile ödeme yaptık hesabı kontrol etmedik. Sipariş etmediğimiz bir yemek için bizden ücret almışlar. Fazladan 116 lira ödedik!” “Hesap 33 TL geldi, 100TL’lik bank notu verdim bana 17 TL bozuk para verdi. Karşı çıktığımda hemen paramın geri kalanını (50TL) verdi ve bunun bir hata olduğunu iddia etmeye çalıştı”. |

Menü Teması ile İlgili Şikâyetler

Tablo 6’da menü ile ilgili şikâyetler gösterilmektedir. Müşterilerin menü ile ilgili şikâyetlerinde menüde yer alan ürünlerin bulunmaması (n:11, %1), müşterinin menü çeşitliliği (n:96, %8,4) ve menüde etik dışı davranışlar (n:23, %2) temalarına ilişkin şikâyetçi oldukları tespit edilmiştir. Bu kategoride menü çeşitliliğinin yetersiz olmasıyla ilgili yapılan şikâyetler öne çıkmıştır. Elde edilen bulgularda Perçin ve Yiğit (2020) tarafından kullanılan temalardan farklı olarak Tablo 6’da görüldüğü üzere “menüde etik dışı davranışlar” teması da eklenmiştir.

Tablo 6. Menü Teması İle İlgili Şikâyetler

| Menü ile İlgili Alt Temalar | n | % | İfadeler |
|---------------------------------------|----|----|--|
| Menüde yer alan ürünlerin bulunmaması | 11 | %1 | “Uyarı!!Beyaz şarap istedik menüde olmayan başka bir şarap getirdiler” dikkatli olun. “Menüde belirtildiği gibi sunulması gereken patatesler gelmedi, hayal kırıklığına uğradım.” |

Tablo 6. Menü Teması İle İlgili Şikâyetler (Devamı)

| Menü ile İlgili Alt Temalar | n | % | İfadeler |
|------------------------------|----|------|---|
| Menü çeşitliliği | 73 | %6,4 | <p>“Yiyecekler füzyon şeylerdi, zar zor bir şekilde yapılmış. Birçok başlangıcımız vardı ama aralarında unutulmaz bir şey yoktu ve pek de ilginç değildi”.</p> <p>“Menüde özel bir şey yoktu, hepsi diğer sıradan restoranlarda olduğu gibi hazırlanmıştı”. Neredeyse hiç vejetaryen yemeği yok”.</p> <p>“Yemekler oldukça vasattı birçok farklı mutfak türünü birleştirdikleri menülerine asla güvenmedim, çünkü karışım dengesine hiç dikkat edilmemişti”.</p> <p>“Şarap listesi yetersiz ve komik bir şekilde oluşturulmuştur”. “Osmanlı mutfağıyla ilgili bir yemek göremedik kaçın”.</p> |
| Menüde etik dışı davranışlar | 23 | %2 | <p>“İstanbul'da füzyondan kaçının. Kimchi soslu mini samosa sipariş verdim. Dünyanın her yerinde samosa yedim, ancak bunun samosa ile görünüşü dışında hiçbir ilgisi yoktu”.</p> <p>“Hayal kırıklığıydı, menüdekilerin fotoğraflarını kendileri çekmemişler internette almışlar buradan uzak durun”.</p> <p>“Menüdeki resimlerde gösterilen etler, tabağımıza gelen etin iki katını gösteriyordu. Aldatılmış/dolandırılmış hissediyorsunuz!”</p> <p>“Garson jumbo karidesi denememiz gerektiğini söyledi menüden tamamen farklı süper küçük karidesleri getirdiler bu yüzden Türkiye gezimizin en kötü yemeği turist tuzağı”.</p> |

Personel Teması ile İlgili Şikâyetler

Tablo 7’de personel ile ilgili şikâyetler gösterilmektedir. Personel ile ilgili şikâyetler; personelin ilgisizliği (n:58, %5,1), personelin kişisel hijyeni (n:5, %0,4), personelin kabalığı (n:122, %10,7), personelin eğitimsizliği (n:35, %3,1) ve personelin etik dışı davranışları (n:67, %5,9) temalarında müşterinin şikâyetçi olduğu tespit edilmiştir. Personelin kaba olması ile ilgili şikâyetlerin yüzdeler dağılımı göz önüne alındığında konunun müşteriler nezdinde ne kadar önemli olduğu görülmektedir. Perçin ve Yiğit (2020) tarafından kullanılan temalardan farklı olarak Tablo 4’de görüldüğü üzere “personelin etik dışı davranışları” teması da eklenmiştir.

Tablo 7. Personel Teması İle İlgili Şikâyetler

| Personel ile İlgili Alt Temalar | n | % | İfadeler |
|-----------------------------------|-----|-------|--|
| Personelin Kişisel Hijyeni | 5 | %0,4 | <p>“Garsonlar ter kokuyorlardı”.</p> <p>“Ucuz yıpranmış takım elbise giymiş garsonlar vardı!”</p> |
| Personelin İlgisizliği | 58 | %5,1 | <p>“Restoranda bulunduğum 2 saat içinde personelin birçok defa tartışmasına şahit oldum ilgisiz ve alakasızlar”.</p> <p>“Herhangi bir hizmet almak istiyorsanız, personelin dikkatini çekmek için yanınızda bir bayrak getirin”.</p> <p>“Etrafta bulunan yaklaşık 6 veya 7 personel yanımızdan geçip dakikalarca görmezden geldi, sipariş vermek isteyip istemediğimiz sorulmadı”.</p> |
| Personel ile İlgili Alt Temalar | n | % | İfadeler |
| Personelin Kabalığı | 122 | %10,7 | <p>“Garsonlardan sadece biri hariç geri kalanı tüm müşterilerden nefret ediyor ve eve gitmek istiyormuş gibi görünüyordu. Kesinlikle tavsiye etmem”.</p> <p>“Garsonlar aşırı suratsızdı”. “Personelden biri bile müşteriye gülümsemek istemiyor”.</p> <p>“Ukala ve antipatik garsonları sayesinde hizmet berbattı”.</p> |
| Personelin Eğitimsizliği | 35 | %3,1 | <p>“Menü İngilizce garsona birkaç özel yemek sorduk ve orada 9 aydır çalıştığını söyledi garsonun menüdekilerin ne olduğu hakkında bir açıklaması yoktu, ne yediğimizi bilmek için Türk mutfağı hakkında bilgi sahibi olmanız gerekiyordu”.</p> <p>“Uluslararası bir kitleye hizmet veren bir restoran olduğunuz için, en azından biraz İngilizce konuşabilmelisiniz”.</p> |
| Personelin etik dışı davranışları | 67 | %5,9 | <p>“Her zamanki turist dolandırıcılığı taktiği. Sizi oranın bir aile restoranı olduğunu ve annesinin mutfakta görev yaptığını söyleyerek sizi cezbeder, gelirsiniz size “özellikle sizin için” bir baklava sunacağız diye yem atıyor”.</p> <p>“Restoran işletmeleriyle dolu sokakta yürürken sizi restorana çekmeye çalışan kişi size yaklaştığında, dinlemeyin, o bir dolandırıcıdır!! Tecrübelerimi anlatarak, size zarar vermemeleri için uyardım istedim. Böyle işletmelere gitmekten Kaçın!!! Dikkatli Olun, Aldanmayın!”</p> |

Servis Teması ile İlgili Şikâyetler

Tablo 8’de servis ile ilgili şikâyetler gösterilmektedir. Müşterilerin servis ile ilgili şikâyetlerinde müşterinin servisin yavaş olması (n:64, %5,6) ve servisin kötü olması (n:61, %5,4) alt temalarından şikâyetçi oldukları ortaya çıkmıştır. Bu kategoride iki alt temanın birbirine çok yakın oranlarda değerlendirildiği görülmektedir.

Tablo 8. Servis Teması İle İlgili Şikâyetler

| Servis ile İlgili Alt Temalar | n | % | İfadeler |
|-------------------------------|----|------|---|
| Yavaş olması | 64 | %5,6 | “Servis çok yavaştı, restoran neredeyse boştu ve tabaklarımızı getirmek 45 dk sürdü”. “Adana kebabı ve ızgara levrek siparişi verdik Beklemekten yorulduk ve restoranı terk ettik”. |
| Kötü olması | 61 | %5,4 | “Ne korkunç bir deneyim, servis vasattı”. “Servis berbat. Tavuklu olarak sipariş verdiğim yemeğimi tavuk olmadığı gerekçesi ile bana sormadan etli pişirip, fotoğraf çekilirken yanıma gelip “tavuk yoktu, etli yaptık” diyerek gitti garson”. |

Yiyecek ve İçecek Teması ile İlgili Şikâyetler

Tablo 10’da yiyecek ve içecek ile ilgili şikâyetler gösterilmektedir. Müşterilerin yiyecek ve içecekler ile ilgili şikâyetleri incelendiğinde; yemeğin kalitesi temasına n:31 (%2,7), yemeğin sunumu temasına n:49 (%4,3), içecekler ile ilgili problemler temasına n:13 (%1,1), yemeğin uygun pişirilmemesi temasına n:33 (%2,9), yemek ve içecekte yabancı madde çıkması temasına n:4 (%0,4), yemeğin lezzeti temasına n:43 (%3,8) ve yemeğin porsiyon miktarı temasına n:74 (%6,5) müşterinin şikâyetçi olduğu tespit edilmiştir. Yiyecek ve içecek temasında ki şikâyetlerde yüzdelik dilimle birinci sırada “porsiyon miktarı” alt teması yer almaktadır. Müşteriler porsiyon miktarının az olmasından dolayı restorandan aç bir şekilde ayrıldıklarını dile getirmiştir.

Tablo 9. Yiyecek ve İçecek Teması İle İlgili Şikâyetler

| Yiyecek ve İçecek İlgili Alt Temalar | n | % | İfadeler |
|--------------------------------------|----|-----|--|
| Yemeğin Kalitesi | 31 | 2,7 | “Mutfakla ilgili olarak, heyecan verici özel bir şey yok. Kalitesiz uluslararası yemekler”. “Düşük gıda kalitesi nedeniyle hayal kırıklığına uğradım”. “Yiyeceklerin kalitesini maskeleyen için çok fazla baharat kullanıyorlar. Tekrarlanmaması gereken bir deneyim”. |
| Yemeğin Sunumu | 49 | 4,3 | “Yemek fiyatının yapılan sunumla oranı dengesiz”. “Kötü sunum, yaratıcılıktan uzak”. “Yetersiz sunum karidesler buz gibi ekmek üstüne konmuş”. |
| İçeceklerle İlgili Problemler | 13 | 1,1 | “Kokteyldeki alkol ya çakmaydı ya da çok adi birşey başım çatlıyor hala”. “Kötü şarap, alkollerin karışımıydı sanki, neredeyse sirke gibiydi”. Kahve istedim hazır ucuz 3’ü 1 arada getirildi! |
| Uygun Pişirilmemesi | 33 | 2,9 | “Ana yemekte bonfileyi orta iyi belirtmeme rağmen pişmemiş geldi”. “Güveçte pişirilmiş kuzu eti istedim, eti çiğnemek mümkün değildi”. “Yemek korkunçtu ahtapot sertti”. |
| Yabancı Madde Çıkması | 4 | 0,4 | “Şimdiye kadarki en iğrenç korkunç yemek deneyimim. Türk kahvesi sipariş ettim, tahmin et ne buldum! Kahvemim üzerinde BÖCEK!” “Restoran bizi hayal kırıklığına uğrattı salatamızda cam çıktı”. “Barbekü tavuk ve salata yedim. Sabaha karşı çok şiddetli ishal ve ile özel hastaneye gittik gıda zehirlenmesi geçirdiğim ortaya çıktı!” |
| Yemeğin Lezzeti | 43 | 3,8 | “Yemekler lezzetsiz, taze değildi, yeniden ısıtılmış gibiydi”. “Mutfak felaket! Levrek tereyağında boğuldu, salatam sirkede boğuldu, patates kızartması çok tuzluydu”. “Ana yemeklerin tadı gerçekten çöp gibi özellikle risotto! Ekşi ve çürümüş gibiydi”. |

Tablo 9. Yiyecek ve İçecek Teması İle İlgili Şikâyetler (Devamı)

| | | | |
|------------------|----|-----|--|
| Porsiyon Miktarı | 74 | 6,5 | <p><i>“Porsiyonlar füzyon konseptinde son derece küçüktü”.</i></p> <p><i>“Sultanahmet'teki restoranların çoğu tipik turist dolandırıcılığı yapıyor, küçük porsiyonlar vasat yiyecekler”.</i></p> <p><i>“Porsiyonlar az, bir dilim şeffaf peynir (10-15 gr abartısız) humus, patlıcan ve Çerkez tavuk üstten bakınca var gibi çatalınızı batırduğunuzda fark ediyorsunuz ki derinlik yaklaşık 0, 5 cm”.</i></p> |
|------------------|----|-----|--|

Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma İstanbul ilinde faaliyet gösteren füzyon mutfağına sahip restoranlara ilişkin Tripadvisor’da yapılan müşteri şikâyetlerinin belirlenmesi ve bu şikâyetlere neden olan tema ve alt temaların tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucuna göre şikâyetlerin ana ve alt temalara göre dağılıma bakıldığında; fiyatla (pahalı olması) ilgili şikâyetlerin ilk sırada yer aldığı, ikinci sırada personel (kaba olması) ile ilgili şikâyetlerin yer aldığı ve üçüncü sırada ise yiyecek ve içecekler (porsiyon miktarı) ile ilgili şikâyetlerin yer aldığı tespit edilmiştir. Ayrıca bu çalışmada fiyat ile ilgili şikâyetlere “*ek ücret*” ve “*ödeme sürecinde etik olmayan davranışlar*”, hizmet alanı ile ilgili şikâyetlere “*gürültü*”, menü ile ilgili şikâyetlere “*menüde etik dışı davranışlar*” ve personel ile ilgili şikâyetlere “*personelin etik dışı davranışları*” alt temaları önemli yorumlar içermesi nedeniyle eklenmiştir.

Araştırmada sonucunda fiyat ana temasıyla ilgili tespit edilen şikâyetler önceki araştırma sonuçlarıyla (Lei ve Law, 2015; Unur vd., 2017; Şahin vd., 2018; Köşker, 2020; Perçin ve Yiğit, 2020) benzerlik göstermektedir. Füzyon mutfağında sunulan yemeklerin daha özel ve yenilikçi olması sebebiyle fiyatların pahalı olduğu bilinmektedir. Bu çalışmada da füzyon mutfağı fiyatlarının İstanbul standartlarına göre yüksek olduğu belirlenmiş, ek ücret ve ödeme sürecinde etik olmayan davranışlar sergilenmesiyle de daha yüksek fiyatlandırma yapıldığı tespit edilmiştir.

Araştırma sonucunda ikinci derecede önemli olan personel şikâyetleri önceki araştırmaları (Doğan, vd., 2016; Erdem ve Yay, 2017) destekler niteliktedir. Restoran deneyimlerinde müşteriler, personelin; kaba, ilgisiz ve eğitimsiz olması, kişisel temizlik ve kıyafet düzenine özen göstermemesi kriterlerine dikkat etmektedir. Turistlerin, “Tarihi Yarımada” gezileri esnasında restoran önünde müşteri kapmak için bekleyen personel saldırılarına maruz kalmaları, restorana gelme konusunda kandırılmaları, menüdeki en pahalı yiyecek ve içeceği seçimi için zorlanmaları, turistlerden bahşiş almak için laubali davranılması ve gıdayla ilgili problem olduğunda yalan söylenmesi gibi personelin etik dışı davranışların tespit edilmiş olması bu çalışmada ortaya çıkan önemli bir sonuçtur. Birçok müşteri bu gibi etik dışı davranış sergileyen restoranları tekrar tercih etmeyeceğini ve yaşadığı olumsuz deneyimleri çevresine anlatacağını ifade etmiştir. Nitekim Kitapçı (2018) alınan hizmetten memnuniyetsizlik yaşanması durumunda müşterilerin bu memnuniyetsizliğini 10 ile 20 kişiye anlattığını ifade etmektedir. Araştırmadaki şikâyetlerde özellikle yabancı turistlerin yaşamış olduğu olumsuz tecrübeleri diğer yabancı turistlerin de yaşamaması için uyarı niteliğinde yapılan şikâyetler de göze çarpmaktadır. Yiyecek içecek sektörünün önemli bir kolu olan restoranlarda personelin sergilediği tutum ve davranışlar müşteri memnuniyeti, işletme ve ülke imajı açısından önemli unsurlardır. Yerlilerin, turistlere, yakın ve sıcak biçimde davranması, onlara konukseverlik göstermesi, turistleri gittikleri ülkeye bağlarken orada daha uzun süre kalmalarını sağlayabilir ve ülkelerine döndüklerinde olumlu eleştiriler yaparak başkalarının da oraya gitmelerini sağlamalarına neden olabilir. Turistlere karşı saldırgan ve soğuk davranışlar ise, turizmden beklenen yararların azalmasına yol açabilir (Kervankıran & Özdemir, 2013, s.134).

Araştırma sonucunda üçüncü derece önemli olan yiyecek ve içecek ana teması ilgili şikâyetler daha önce gerçekleştirilen çalışmalarla (Kızıldemir, vd., 2019; Perçin ve Yiğit, 2020) benzerlik göstermektedir. Porsiyon miktarının az olması alt teması ise Köşker'in (2020) araştırma sonucuyla benzerlik göstermektedir. Yemeklerde lezzet, baharat, sos, tuz oranı ve pişirme süresi en çok üzerinde durulan şikâyetler arasındadır. Füzyon mutfak uygulamalarında farklı mutfak kültürlerini birleştirirken karışım dengesine dikkat edilmediğini belirten şikâyetler tespit edilmiştir. Müşteriler ve özellikle de gurmeler genel olarak gastronomik deneyimlerde yemeğinin lezzetini ve kokusunu almak isterken deneyimlerine engel olacak durumlarla karşılaşmak istememektedirler. Bu durum füzyon mutfağı uygulamalarında son derece önemli olmakla birlikte füzyon mutfakta önemli bir kriter olan birleştirme doğru ve dengeli bir şekilde sentezleme ile mümkündür.

Servisin kalitesi ve servisin yavaş olması daha önce yapılmış olan araştırma sonuçları (Su ve Bowen 2001; Kitapçı, 2008; Özaslan ve Uğur, 2014) ile tutarlılık göstermektedir. Siparişin geç alınması ve bekleme süresinin fazla olmasından kaynaklı uzun süre aç kalan müşterinin restoranı terkederek bir daha tercih etmeyeceği ifadelerine dayanarak bu durum şikâyetlerde restoranlara yönelik sadakatin veya tekrar satınalma isteğinin önemli derece etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Müşteri şikâyetleri her zaman kırıcı ve suçlayıcı olarak değerlendirilmemeli aksine işletmelerin aksayan yönlerini düzeltmeleri ve uygulamalarını geliştirmeleri konusunda yol gösterici olduğu bilinmelidir. Bu çalışmada da müşterilerin füzyon mutfak deneyimlerinde menüde özellikle Osmanlı ve Türk mutfağına ait yemekleri de görmek istediklerini belirten öneri niteliğinde yorumları bulunmaktadır. Osmanlı ve Türk mutfak kültürü, dünyanın en zengin mutfak kültürleri içerisinde yer almakta, yemeklerinin çeşitliliği, içeriği ve taşıdığı kültürel özellikleri ile turizm endüstrisi içinde ayrı bir değer taşımaktadır (Yiğit & Ay, 2016, s.20). Bu açıdan bakıldığında füzyon restoran işletmeleri, gastronomi zenginliğimizi farklı milletlere tanıttıp farklı kültürlerle sentezlenmesini sağlayacak adımlar atarak önemli bir görev üstlenmektedir.

Araştırmada düzen alt temasında değerlendirilen *COVID-2019* tedbirlerinin alınmaması ile ilgili şikâyetler önemli bir sonuç olarak bulunmuştur. Müşteriler, sosyal mesafe ve maske kurallarının önemsenmediğine dikkat çekmektedir. Dünya'yı etkisi altına alan *COVID-2019* salgını ile birlikte hizmetin ön planla olduğu turizm sektöründe restoran işletmeleri Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenen kurallara uymak zorundadır. Salgın ile birlikte müşteriler restoran tercihlerinde kendilerini güvende hissettiren ve gerekli hijyen koşullarını yerine getiren işletmelere daha çok önem vermektedir. Ayrıca müşterilerin yiyecek ve içeceklerde böcek, kıl, cam çıkması ve gıda zehirlenmesi yaşamış olması şikâyetlerine istinaden müşterilerin psikolojik sağlığı ve güvenliği açısından daha temkinli davranılması önemlidir.

Araştırma sonunda elde edilen verilerle şikâyetlerin çözümüne yönelik olarak restoran işletmelerine yardımcı olabilecek geliştirilen çözüm önerileri şöyledir;

- Restoran yönetimi; öncelikle yapılan şikâyetleri dikkate almalı ve kısa süre içerisinde çözüm odaklı cevaplar yazmalı, şikâyetlerin hangi konularda olduğunu belirlemeli, analiz etmeli, personel görevlendirme ve şikâyet birimi oluşturma gibi çalışmalarla önleyici uygulamalar gerçekleştirmelidir. Örneğin, tripadvisor'da oluşturulacak online şikâyet biriminde müşteri şikâyetleri hızlı bir şekilde cevaplanmalı, şikâyetlere standart metinle cevap verilmemesine dikkat edilmeli, şikâyeti telafi edecek çözüm odaklı cevaplar verilmelidir.
- *COVID-2019* pandemi sürecinde restoranların masa düzenlemelerini kurallara uygun bir şekilde yaparak zorunlu mesafe ve maske kullanımına dikkat etmesi son derece önemlidir.

- Canlı müzik ve Fon müzik ses düzeylerinde restoran işletmeleri için uygun olan decibel sınırlarına uyulmalıdır.
- İşletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri ürün ve hizmetlerin satılma durumuna da bağlı olması sebebiyle restoran işletmelerinin fiyat politikalarını gözden geçirmesi önemlidir. Fiyatlar farklı dillerde olan menü kartlarında belirtilerek her müşteriye aynı şekilde uygulanmalıdır.
- Personele servis, kişisel bakım, hijyen ve sanitasyon, diksiyon, görgü ve nezaket kuralları, etkili iletişim, motivasyon, konuk tipleri ve davranışları gibi konularda eğitim verilmelidir. Restoran işletmelerinde İngilizce bilen personelin istihdam edilmesi sağlanmalı ve İngilizce bilmeyenlere dil eğitimi konusunda destek verilmelidir. Füzyon mutfağa sahip işletmelere de mutfak çalışanlarının ülke mutfakları konusunda teorik ve uygulamalı eğitim almış olmaları zorunlu tutulmalıdır.
- Yiyecek ve içeceklerde taze ve kaliteli ürünler kullanılarak hazırlanmasına ve porsiyon miktarının azaltılmadan uygun gramajla servis edilmesine dikkat etmelidir.
- Menü standardizasyonun sağlanması için gramaj, içerik, pişirme ve sunum aşamalarına dikkat edilerek standart reçetelerin kullanımı sağlanmalıdır. Menü zenginleştirilmeli, veterarjanlar için seçenekler oluşturulmalıdır. Menüden alakasız yanıltıcı görseller kullanma gibi menüde etik dışı davranışlardan kaçınılmalıdır. Ayrıca füzyon mutfağında sunulan ürünlerin özgün olmasına önem verilmelidir.
- Temelinde çok uluslu özellik barındıran Osmanlı ve Türk mutfak kültürünün diğer ulus mutfaklarıyla doğru bir şekilde sentezlenerek sunulmasıyla müşteri beklentileri karşılanırken gastronomi açısından ise etkili bir tanıtım sağlanabilir.
- Restoranın yoğun olduğu saatlerde ek personel desteği gibi uygulamalarla, doğru ve planlı bir çalışmayla servis hızı ve servis kalitesi gözden geçirilmelidir.
- Temizlik özellikle üzerinde durulması gereken bir konu olmakla birlikte insan sağlığına aykırı koşullarda yemek hazırlanması ve sunulması telafi edilemeyecek sonuçlar yaratabilir. Temizlik konusunda düzenli olarak tuvaletlerin kontrolü ve temizliği sağlanmalı, serviste kullanılan bardak, tabak, masa örtüsü, çatal, bıçak ve kaşık temizliğine dikkat edilmelidir.
- Turist dolandırıcılığı konusunda bu araştırmada bulunan restoran lokasyonlarından olan Fatih, Beyoğlu, Beşiktaş, Kadıköy, Ataşehir ile turizmde öne çıkan diğer lokasyonlarda sivil güvelik görevlilerinin sayısı ve denetleme sıklığı artırılmalıdır. Başta Kültür ve Turizm Bakanlığı olmak üzere, Sağlık Bakanlığı ve İçişleri Bakanlığı gerekli kurallara uymayan restoranlara caydırıcı yaptırım uygulamalıdır.

Bu çalışmada şikâyetlerle ilgili ortaya çıkan sonuç ve öneriler restoran işletmelerine fikir verme ve yol gösterme açısından önemli bir kaynak niteliğindedir. Restoranların bu şekilde hata oranını minimize etmeleri olasıdır. Bu araştırma İstanbul'da füzyon mutfağı anlayışında faaliyet gösteren restoran işletmelerin Tripadvisor'da yer alan şikâyetleri ile sınırlıdır. Araştırma sonuçlarıyla genelleme yapılamaz. Ancak bu çalışma farklı araştırmalara karşılaştırma yapma ve öneri sunma konusunda yardımcı olabilir. Gelecekteki araştırmacılar, farklı mutfak anlayışlarında faaliyet gösteren işletmeleri farklı yorum ve şikâyet platformları kullanarak ele alabilir.

KAYNAKÇA

Albayrak, A. (2013). Restoran işletmelerinde müşteri şikâyetleri ve şikâyete ilişkin davranışlar. *Paradoks Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 2(9), 24-51.

- Aydın, B. (2016). Sosyal medyada restoran imajı: Tripadvisor örneği. *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 1(1), 13-30.
- Can, A., Sünnetçioğlu, S., & Durlu Özkaya, F. (2012). Füzyon mutfak uygulamalarının gastronomi turizminin gelişimine katkısı. 13. *Ulusal Turizm Kongresi*. 06-09 Aralık 2012, Antalya, 873-882.
- Doğan, S., Güngör, M.Y., & Tanrısevdi, A. (2016). Çevrimiçi tüketici yorumlarının içerik analizi yoluyla incelenmesi: Kuşadası'ndaki yiyecek ve içecek işletmeleri üzerinde bir araştırma. *Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, 9, 1-22.
- Doğdubay, M., Girgin, K. G., & Giritöglü, İ. (2007). Yiyecek-içecek endüstrisinde bir pazarlama stratejisi olarak ürün geliştirme çalışması (füzyon mutfak uygulaması), *Çeşme Ulusal Turizm Sempozyumu*, 21-23 Kasım, İzmir, 33-41.
- Erdem, Ö., & Yay, Ö. (2017). Tripadvisor'daki müşteri şikâyetlerinin değerlendirilmesi: Antalya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 227-249.
- Evangelista, Y. (2013). *Fusion cooking*. 25.02.2021 tarihinde <http://www.slideshare.net/martianne21/fusion-cuisine> adresinden erişilmiştir.
- Güzel, S. Ö. (2017). Birinci sınıf restoran işletmelerindeki fiziksel çevre unsurlarının müşteri yorumları açısından değerlendirilmesi: Tripadvisor örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(62), 534-542.
- Hall, M., & Mitchell, R. (2002). The changing nature of the relationship between cuisine and tourism in Australia and New Zealand: From fusion cuisine to food networks. In A. M. Hjalager and G. Richards (Eds.), *Tourism and Gastronomy* (pp. 187-206). London: Routledge.
- Heung, V. C., & Lam, T. (2003). Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(5), 283-289.
- İbiş, S., Kızıldemir, Ö., & Çöp, S. (2019). İstanbul'daki Çin restoranlarına yönelik yapılan yorumların ve e-şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(1), 505-521.
- Kervankıran, İ., & Özdemir, M. (2013). Turizm yönüyle gelişmekte olan afyonkarahisar ilinde turist algısı üzerine bir araştırma. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 27, 117-142.
- Kılıçhan, R. (2016). *Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin gastronomik akımlara yönelik gıda tüketim eğilimlerinin değerlendirilmesi* (Doktora Tezi). Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Mersin.
- Kızıldemir, Ö., İbiş, S., & Çöp, S. (2019). Afyonkarahisar'da faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerine yönelik yapılan yorumların ve e-şikâyetlerin değerlendirilmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(71), 1315-1324.
- Kitapçı, O. (2008). Restoran hizmetlerinde müşteri şikâyet davranışları: Sivas ilinde bir uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31, 111-120.
- Köşker, H. (2020). Van kahvaltı salonları hakkındaki müşteri e-şikâyetlerinin değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(3), 524-539.
- Lei, S., & Law, R. (2015). Content analysis of tripadvisor reviews on restaurants: A case study of Macau. *Journal of Tourism*, 16(1), 17-28.

- Özaslan, Y., & Uygur, S. (2014). Negatif ağızdan ağıza iletişim (wom) ve elektronik ağızdan ağıza iletişim (e-wom): Yiyecek-içecek işletmelerine yönelik bir araştırma, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 28, 69-88.
- Pantelidis, I.S. (2010). Electronic meal experience: A content analysis of online restaurant comments. *Cornell Hospitality Q*, 51(4), 483-491.
- Perçin, N. Ş., & Yiğit, S. (2020). Tripadvisor'da yer alan yiyecek ve içecek işletmeleri hakkındaki e-şikâyetlerin değerlendirilmesi: Kapadokya bölgesi örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 2985-3001.
- Sandıkçı, M., & Çelik, S. (2007). Füzyon mutfak uygulamaları ve misafir memnuniyeti açısından önemi. *1. Ulusal Gastronomi Sempozyumu*. Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 41-54.
- Sanes, C. (1993). Complaints are hidden treasures. *The Journal for Quality and Participation*, 16(5), 78-83.
- Sarioğlan, M. (2014). Fusion cuisine education and its relation with molecular gastronomy education (comparative course content analysis). *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, 5(3), 64-70.
- Spence, C. J. (2018). Contemporary fusion foods: how are they to be defined, and when do they succeed/fail? *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 13(1), 101-107.
- Stano, S. (2014). New semiotics between tradition and innovation. Kasabow vd., (Ed.), *Con-Fusion Cuisines: Melting Foods and Hybrid Identities*. *The International Association for Semiotic Studies* içinde 904-913. Sofia, Bulgaria.
- Su, W., & Bowen, J.T. (2001). Restaurant customer complaint behavior. *Journal of Restaurant & Foodservice Marketing*, 4(2), 35-65.
- Şahin, S., Girgin, G. K., Kazoğlu, İ. H., & Coşkun, G. N. (2018). Gastronomi turistlerinin e-şikâyet davranışları üzerine bir araştırma: Alaçatı örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(1), 68-82.
- TDK (2020). *Türkçe sözlük*. Erişim adresi <https://sozluk.gov.tr>
- Tiago, T., Amaral, F., & Tiago F. (2015). The good, the bad and the ugly: Food quality in ugc. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 175, 162-169.
- Tripadvisor (2020). Erişim adresi <https://tripadvisor.mediaroom.com/tr-about-us>
- Unur, K., Şeker, F., & Erdem, A. (2017). Adana ilinde bulunan restoranlara yönelik internet üzerinden yapılan tüketici şikâyetlerinin incelenmesi: Tripadvisor.com örneği. *Future Tourism*, Mersin, 1366-1376.
- What is the fusion cuisine?* (2021). Erişim adresi <https://www.nisbets.co.uk/what-is-food-fusion>
- Yiğit, Y., & Ay, E. (2016). Osmanlı mutfak kültürü. *3rd International Congress on Social Sciences*, China to Adriatic. 27-30 Ekim 2016, Antalya.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (6. Basım). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Examination of Restaurant Experience Complaints Regarding Fusion Cuisine through Content Analysis: The Case of Tripadvisor-Istanbul

Ezgi ASLAN ÖZKALE

Science Expert, Kocaeli/Turkey

Extensive Summary

Introduction

Fusion cuisine is a gastronomic trend that has come from the past to the present as a result of the combination of ingredients and cooking methods from different culinary cultures, and is especially important for individuals who want to get out of the monotony and who are in search of different, new and original flavors. Fusion cuisine applications offer a special experience for both tourists participating in gastronomy tourism and individuals who seek diversity and innovation in their environment (Kılıçhan, 2016, p.72-73). Today, food and beverage businesses have evolved from businesses that offer food services to businesses that offer more experience (Perçin & Yiğit, 2020, p.2994). Food and beverage businesses gain advantages in marketing and increase customer satisfaction thanks to the fusion cuisine applications they offer by combining materials belonging to different cultures in their menus and enriching them with various presentations (Doğdubay, Girgin & Giritöğlü, 2007, p.40). If customers are not satisfied with the service they receive and their expectations are not met, customer complaints arise (Özaslan & Uygur, 2014, p.71).

Consumers complain about various issues such as not finding what they hoped for in restaurant businesses (İbiş, Kızıldemir & Çöp, 2019, p.505). It is expressed on Tripadvisor, which is a channel where comments are shared mostly on shopping and restaurants (Aydın, 2016, p.17). Tripadvisor (2021) covers 8,6 million accommodation, restaurants, airline companies and cruises with its extensive travel planning features. It is also the world's largest travel site operating in 49 markets and 28 languages with 859 million comments and observations from 463 million monthly users. Since tourism is a service sector and the products offered are abstract, consumers read the posts on Tripadvisor and use this information when making their choices in order to facilitate purchasing and reduce possible risks (Aydın, 2016, p.14).

Methodology

The aim of the research is to examine the customer complaints made on Tripadvisor regarding the fusion cuisine restaurants operating in Istanbul, to identify the themes that are the subject of the complaints and to develop solutions for the restaurants. The sub-purpose of the study is to examine the distribution of complaints made according to gender and country variables. The universe of the study consisted of enterprises with fusion cuisine restaurant located in Turkey. The sample of the research consists of 17 restaurant businesses in the "Fusion cuisine" category in the restaurants in Istanbul on the Tripadvisor site. In this study, it was determined that 7 restaurants business were in Fatih Sultanahmet district, 5 restaurant business were in Beyoğlu district, 2 restaurant business were in Beşiktaş district, 2 restaurant business were in Kadıköy district and 1 restaurant business was in Ataşehir district. It was determined that the Tripadvisor scores of the restaurants were 3.5 and above, and their overall rating was 4.3 points. It was determined that 12,665 positive reviews were made by customers with excellent, very good and average

evaluations, and 1.140 complaints were made with terrible and bad reviews, and the data were analyzed with content analysis. On the Tripadvisor site, customers rate their experiences in five categories: “5 = excellent, 4 = very good, 3 = average, 2 = bad, 1 = awful”. Since customer complaints are handled, only comments that received “1 and 2 evaluations” were taken into account. It was determined that 471 (41%) of the customers were male, 408 (36%) were female, and 261 (23%) of the customers did not indicate their gender status. It was determined that the most complaints were from British customers.

When the studies in the literature regarding customer complaints about restaurant businesses are examined, it is seen that customers generally have complaints about food and beverage, price, parking lot, menu, personnel problems, atmosphere, cleanliness, decor, service. The classification made by Perçin and Yiğit (2020) was used in this study. This classification is as follows; complaints about the service area; complaints about table planning, location issues, lighting, cleanliness, order, atmosphere, price; expensive, currency, complaints about the menu; Lack of products in the menu, menu variety, complaints about staff; indifference of staff, personal hygiene of staff, rudeness of staff, lack of training of staff, complaints about service; complaints about being slow, bad, food and drink; The quality of the food, the presentation of the food, the problems with the drinks, not being cooked properly, foreign matter coming out, the taste of the food and the portion size. However, during the complaint investigations, it was determined that there were a significant number of complaints in addition to these themes In this classification were added sub-themes of additional fees and unethical behaviors during the payment process, noise to complaints about the service area, unethical behaviors in the menu for complaints about the menu, and unethical behavior of the personnel to complaints about the personnel. Thus, the complaints of customers who prefer fusion cuisine on Tripadvisor were evaluated within the scope of 6 main themes and 28 sub-themes.

Conclusion

When looking at the distribution of complaints according to the results of the research; It has been determined that complaints about the price are in the first place, complaints about the personnel are in the second place, and complaints about food and beverages are in the third place. When the complaints of the customers about the price are examined; it has been found that prices of fusion cuisine are high. In addition, it has been determined that customers have complained about the themes of currency, additional fees and unethical behavior during the payment process. As a result of the research, it was determined that the personnel is rude in the personnel complaints, which are of secondary importance. Detecting unethical behaviors of the staff is an important result of this study. In addition, in restaurant experiences, customers, staff; It has been determined that they pay attention to the criteria of being rude, indifferent and uneducated, not paying attention to personal hygiene and dressing order. As a result of the research, it was determined that the most important complaints about the food and beverage main theme, which is the third degree, is the small portion of the complaints. In addition, flavor, spice, sauce, salt ratio and cooking time are among the most emphasized complaints. Customers stated that they left the restaurant hungry due to the small portion size.

It has been determined that the sub-themes of slow service and poor service are considered very close to each other in the complaints of the customers about the service. The complaints about the insufficient variety of the menu in the menu theme came to the fore. In addition, the fact that unethical behaviors were detected in the menu is an important result of this study. The most complaints about the service area were made in the sub-theme of table planning. (n: 30, 2.6%). These themes are followed by the sub-themes of cleanliness (n: 17, 1.5%) and noise (n: 14,

1.2%). The complaints about not taking the COVID-2019 measures, which were evaluated under the sub-theme of order in the study, were found as an important result. Customers point out that social distance and mask rules are ignored.

This research is limited to the complaints of restaurant businesses operating in the understanding of fusion cuisine in Istanbul on Tripadvisor. Generalization cannot be made with the results of the research. However, this study can be helpful in making comparisons and suggestions for different studies. Future researchers can address businesses operating in different culinary understanding using different comment and complaint platforms.